

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Definisi tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) menurut *The World Business Council for Sustainable Development* merupakan komitmen dari perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas (Dwi Kartini, 2013:3). ISO 26000 menerjemahkan CSR sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan etis (Isoindonesiacenter.com, 1 Maret 2016). Menurut *The Global Reporting Initiative/GRI* yang menyebabkan diperlukannya pelaksanaan CSR adalah berbagai dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk di dalamnya karyawan, konsumen, komunitas lokal, rantai pasokan serta rekan bisnis (Dwi Kartini, 2013:4). Konsep CSR pertama kali dirumuskan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Dwi Kartini, 2013:5).

Demi upaya untuk meningkatkan daya saing melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas, Ikatan Akuntan Indonesia Komptermen Akuntan Manajemen sejak tahun 2005 mengadakan *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA). ISRA merupakan penghargaan yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek

lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara (*sustainability*) perusahaan itu sendiri, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun yang terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*) (Heni, 2013). Tim Mohin, CEO dari GRI, beranggapan bahwa sebagian besar perusahaan berkomitmen untuk melaporkan dampak lingkungan dan sosial mereka dan terus meningkatkan kinerja mereka karena berhubungan dengan reputasi dan merek mereka (Sustaincase.com, 6 April 2017).

Suatu entitas tidak terlepas dari masyarakat serta lingkungan di sekitar entitas dalam menjalankan usahanya, sehingga menimbulkan hubungan timbal balik antara masyarakat dan entitas (Ahmad dan Antonius, 2012). CSR menekankan bahwa suatu entitas harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ati dan Ade, 2013). CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan tanpa meninggalkan nilai etika (Rafika dan Yulius, 2014). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (Meita dan Nur, 2015). Perusahaan yang tidak mengungkapkan program CSR dapat menyebabkan *stakeholder* menganggap perusahaan tidak melakukan tanggung jawab sosial dan meragukan *going concern*-nya (Pambudi, 2006 dalam Fitri dan Andi, 2016).

Tidak hanya tentang pemangku kepentingan eksternal seperti masyarakat, namun CSR juga harus ditujukan untuk pemangku kepentingan internal yaitu pekerja (Dwi Kartini, 2013:46). Perusahaan juga harus memenuhi

hak-hak normatif pekerja dengan menghindari terjadinya pemberian upah yang rendah, jam kerja panjang tanpa tambahan upah, kondisi lingkungan kerja yang tidak sehat dan sebagainya. Sangatlah jelas bahwa dalam standar CSR tidak pernah mengabaikan pemangku kepentingan internal. Kesalahan-kesalahan dalam memahami ide dasar CSR akan menimbulkan kesalahan-kesalahan dalam pelaksanaan CSR (Dwi Kartini, 2013:46). Kesalahan-kesalahan yang dibiarkan tanpa adanya pemahaman yang benar akan menyebabkan terjadinya pengerdilan dari cita-cita CSR yang sesungguhnya. Pelaksanaan CSR harus dikembalikan kepada konsep sebenarnya yang lebih utuh (Dwi Kartini, 2013:46).

Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengkomunikasikan bentuk pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan. Alur pelaporan CSR berawal dari suatu perusahaan sadar akan dampak dari kegiatan operasional yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa perencanaan program CSR serta anggaran dana yang berguna mengoptimalkan nilai serta meminimalisir dampak buruk, yang seterusnya hasil inisiatif serta aktivitas tersebut harus dibuat suatu pelaporan yang akan disampaikan kepada pemangku kepentingan (Dwi Kartini, 2013:56).

Pelaksanaan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Linda dan Erlina, 2012). Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (Decky dan Tita, 2014). Adanya ketentuan atau peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut, menunjukkan bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan menuntut perusahaan untuk terlibat dalam pengelolaan masyarakat dan lingkungan (Agus, 2011).

Isu pelaksanaan CSR telah mengalami pergeseran dari kewajiban apa yang diharapkan oleh masyarakat untuk dilakukan oleh perusahaan menjadi bagaimana perusahaan memberikan tanggapan terhadap berbagai isu sosial sampai mengenai dampak apa yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan CSR bagi masyarakat (dalam bentuk perbaikan kondisi sosial) maupun dampak bagi perusahaan yang menjalankan CSR sendiri (dalam bentuk peningkatan kinerja ekonomi) (Dwi Kartini, 2013:18). Salah satu isu sosial yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah bau limbah dari PT Ultrajaya Milk Industri Tbk. Isu tersebut terjadi di Desa Gadobangkong, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, dimana ratusan warga disekitar lokasi pabrik PT Ultrajaya Milk Industri Tbk melakukan aksi unjuk rasa di depan kantor perusahaan dikarenakan bau limbah dari perusahaan tersebut yang semakin hari kian menyengat. Warga mengeluhkan bau limbah tersebut yang membuat sesak nafas, mual-mual serta muntah. Selain bau limbah, warga juga mengeluhkan suplai air yang diberikan oleh PT Ultrajaya Milk Industri Tbk yang menyebabkan gatal-gatal (Sindonews.com, 21 Agustus

2017). Isu tersebut menunjukkan bahwa masih ada perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara maksimal.

Menurut teori legitimasi, perusahaan harus melakukan aktivitas operasinya dengan menyamakan asumsi bahwa tindakan perusahaan sesuai dengan norma, nilai, dan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial (Suchman 1995, dalam Behram 2015). Kurangnya legitimasi akan membuat perusahaan kurang dapat dipercaya dan dengan demikian akan kecil kemungkinannya untuk meyakinkan pemegang saham untuk bertahan sementara perusahaan yang mendapatkan dan mempertahankan legitimasi dipandang sebagai perusahaan yang dapat dipercaya (Behram, 2015). Hal tersebut akan menimbulkan legitimasi *gap* dimana ketika muncul perbedaan persepsi antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi masyarakat (Sethi, 1977 dalam Behram, 2015).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Agus, 2011). Mitchell *et al* (1997) dalam Hoffman (2007) dalam Agus (2011) menyatakan bahwa berdasarkan pada teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab kepada setiap kelompok atau individu yang dapat atau telah terpengaruh oleh kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan. Perhatian yang besar terhadap *stakeholder* akan mengakibatkan tingginya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan (Agus, 2011). Teori ini menyatakan bahwa para *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik informasi *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* dapat diketahui

melalui pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan berupa informasi keuangan dan non-keuangan (sosial) (Agus, 2011).

Variabel pertama yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah likuiditas. Rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya (Sofyan, 2013:301). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Hal ini tentunya menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan *image* positif dan kuat melekat pada perusahaan. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rafika dan Yulius, 2014). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapsn CSR. Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika dan Yulius (2014) dan Ahmad dan Antonius (2012) yang berpendapat bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Variabel kedua adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala yang mengukur besar atau kecilnya perusahaan (Decky dan Tita, 2014). Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari

kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi aktivitas mereka (Decky dan Tita, 2014). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016) dan Decky dan Tita (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Meita dan Nur (2015), Rafika dan Yulius (2014), Theodora (2008) dan Arief (2008) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi. Variabel moderasi (Z) yang digunakan adalah profitabilitas. Peneliti berasumsi bahwa profitabilitas mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2013:304). Perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang kuat, juga akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya secara luas (Decky dan Tita, 2014). Menurut penelitian Fitri dan Andi (2016), menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi likuiditas, namun tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu serta fenomena yang mendasari, maka penelitian ini bertujuan

untuk menguji kembali **“Pengaruh Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”** sebagai judul penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Penulis mengemukakan beberapa permasalahan dalam perumusan masalah, yaitu:

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak dan kontribusi bagi pengembangan ilmu, organisasi, dan diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya. Adapun manfaat yang ada sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang telah tercapai diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan dan pemahaman yang lebih tentang pengungkapan CSR yang ada dalam perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan kajian dalam proses pembelajaran.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi penelitian dan pengetahuan tambahan untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan oleh penulis sebagai praktik serta penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama masa pendidikan.
- b. Bagi komunitas sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kontribusi pemikiran dan gagasan yang dapat membantu pemahaman yang lebih.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah urutan penyajian dari setiap bab yang meliputi sub bab dan sub-sub bab yang akan ditulis secara terperinci, singkat dan jelas yang diharapkan dapat mempermudah memahami laporan penelitian. Sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang yang mencakup fenomena, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, memaparkan analisis data, serta pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran untuk peneliti selanjutnya.

